新媒体时代背景下出版编辑工作的创新路径探究

摘　要：随着新媒体时代的到来，当前社会发展过程中人们对于信息以及知识的获取更多的是依托互联网以及各类智能通讯终端来实现。使人们更快捷、更广泛地获取各类信息，但是也给很多传统行业带来巨大的冲击，特别是出版编辑行业。基于此，本文从新媒体时代背景下出版编辑工作创新工作开展的必要性入手，结合当前出版编辑工作存在的问题，重点对新媒体时代背景下出版编辑工作的创新路径进行了探讨。

关键词：出版编辑工作；创新路径；探究；新媒体时代
中图分类号：G623.3　　文献标识码：A
文章编号：1671-0134（2019）10-098-03　　DOI：10.19483/j.cnki.11-4653/n.2019.10.030

文 / 娜仁

在过去，人们对于信息的获取以及知识的学习更多的是通过纸质媒介来实现，比如读书、阅报、查找各类纸质资料等。但是在新媒体时代，人们阅读习惯以及信息获取途径也发生着巨大变化，这种从线下到线上的信息获取形式也越来越被更多的人所认可。尽管这种信息获取方式和阅读方式能帮助人们随时随地地进行阅读和学习，但是也必然会给传统图书行业带来巨大的冲击，特别是出版编辑工作。对于新媒体时代而言，传统图书出版编辑工作模式不仅不能满足当前用户的实际需求，而且在促进行业发展方面也存在着较大缺陷。在这一背景下，要想实现出版编辑工作在新媒体时代的长效发展，将相关创新路径应用其中是非常重要的一项策略。如何在新媒体时代对出版编辑工作进行创新，也成为了传统图书出版行业关注的一个重点问题。

1. 新媒体时代做好出版编辑创新工作的必要性分析

1.1 创新是社会发展对出版编辑的必然要求

对于出版编辑工作而言，在新媒体时代，做好相应的创新工作是当前社会发展对于这一行业的必然要求。一直以来，图书就是广大人民群众的精神食粮之一，在提升人们道德素养、拓宽人们的视野等方面发挥着非常积极的作用。而图书出版编辑作为图书出版工作的主要参与者，通过专业的流程操作来满足当前人民群众对于图书阅读的具体需求。但是在新媒体时代，人们对于阅读需求发生着巨大的变化，出版编辑作为图书出版过程中非常重要的一个环节，其对于出版编辑的要求也相应提高，这样一来，只有对既有的模式进行创新，才能更好地满足当前社会发展对于出版编辑的具体要求。

1.2 创新是满足群众更高欣赏水平的客观要求

随着社会的发展以及传播媒介的增多，人民群众的欣赏水平也得到了较大的提升。就当前的人民群众而言，在进行信息获取过程中，其更多的是追求一种美好的体验，比如视觉、听觉这类感观体验，或者是内容、故事情节等相关情感体验。对于图书而言，其在视觉和听觉这类感观体验方面，较之电视媒体或者网络媒体有着较大的差距，但是在内容和情节这种情感体验方面，却具有着非常独特的优势。因此，在现代社会发展过程中，出版编辑对其工作模式进行创新，然后在此基础上通过生动的编辑可以带给人民群众更为丰富的情感体验。总体来讲，做好出版编辑创新工作是满足群众更高欣赏水平的客观要求。

1.3 创新是促进行业发展的必经之路

在新媒体时代，做好出版编辑创新工作同样是促进行业发展的必经之路。创新是一个民族长期可持续发展的不竭动力。对于出版行业而言，出版编辑作为出版最为基础也是最为关键的一项工作，传统的出版编辑工作模式已经不能满足当前社会发展以及人们的具体要求，相应的，在后续的发展方面也必然会面临相应的阻滞。因此，在出版行业发展过程中，做好出版编辑的创新工作，可以在较大程度上保证其在新媒体时代得到长效的发展。

2. 新媒体时代对于出版编辑工作冲击分析

在新媒体时代，各类新型媒介的增多使人们获取信息以及娱乐的形式得到了较大的提升，这样一来，也必然会对一些传统媒介带来一定的冲击。图书作为传统媒介中较为重要的一种形式，随着新媒体时代的到来，其相关产业也受到了较大的冲击，新媒体时代对于出版编辑工作的冲击主要体现在以下几个方面。

首先是受众群体减少，在以前，人们更多的是通过纸质书籍、报纸、刊物等相关来进行信息或者知识的获取，受众群体相对较多，但是随着电台、电视以及互联网的出现，人们获取信息及知识的渠道被拓宽，并且在较大

程度上打破了时空的桎梏，也正是因为如此，很多人也更加倾向于选择互联网或者新媒体来满足自身实际需求，这样一来，出版物受众群体也随着社会的发展日益减少；其次，市场竞争压力增大，随着受众群体的减少，出版行业内部的市场竞争压力也日益增大，很多企业为了保证自己的企业效益，往往会形成一种恶性的市场营销风气，打乱了整个市场营销秩序，总体来说，对于行业的发展是尤为不利的；最后，新媒体的出现对于出版编辑的冲击更多的是体现在生产模式上，新媒体的出现使当前的信息制造尤为便捷，并且在其传播性以及效率性方面，较之出版物更具优势，在这一背景下，传统出版生产模式也必然会受到冲击。相应的，就出版编辑工作而言，其工作内容以及工作模式也会发生相应的改变。

3. 新媒体时代出版编辑工作存在问题分析

随着现代科学技术在出版业中的广泛应用，很多出版编辑工作已经实现了数字化编辑，尽管这种现代化编辑形式在较大程度上提升了出版效率以及出版准确度，但是在新媒体飞速发展背景下，出版编辑工作模式并未发生较大的变化，在这一背景下，很多问题也就逐渐暴露出来。

3. 1 内容无法满足多样化需求

内容无法满足当前人们的多样化需求是新媒体时代出版编辑工作存在的最为普遍的问题。具体来说，随着当前人们物质生活水平的不断提升，人们对于精神世界的追求也越来越高，不仅如此，在新媒体时期，各类新型技术的出现，使人们对于阅读全方位体验要求也越来越高。但是就当前出版编辑工作模式而言，其更多的是以传统工作模式为主，无论是在内容生产还是其他方面都具有着明显的滞后性，这样也就很难真正地满足当前人们对于阅读的多样化需求，严重地制约了出版业的长效发展。

3. 2 出版模式滞后性特征尤为明显

在新媒体时代，产业转型升级成为了企业谋求发展的重要举措之一，并且很多企业在实际的发展过程中，也逐渐探索出一条适合自身企业发展的转型升级模式，但是就当前出版业而言，其出版及生产模式却依然存在着较强的滞后性。所谓的滞后性，指的就是其出版模式严重滞后于社会的飞速发展。尽管很多出版企业已经将数字化出版相关技术应用其中，但是在经营模式和出版编辑工作方面依然是以传统模式为主，这样一来，也就必然会导致出版业发展受阻。

3. 3 新型出版编辑人才严重短缺

经过多年的实践与探索，我国已经形成了一套相对完善的出版产业化体系。尽管这一产业体系可以保证出版工作的正常运行，但是在新媒体时代，这种产业化体系已经不能满足社会发展的具体要求。作为出版工作过程中尤为重要的一个环节，出版编辑在其中扮演着非常重要的角色，传统的出版编辑工作主要集中在图书编订和出版方面，但是在新媒体时代，社会发展对于新型编辑人才综合性的要求也越来越高，不仅需要具备扎实的专业基础，还应具有较强的营销能力，但是就当前出版业而言，这类新型出版编辑人才的严重欠缺，导致当前出版编辑工作整体水平并不是特别高，给当前出版业的发展带来了尤为严重的影响。

4. 新媒体时代出版编辑工作创新路径分析

4. 1 出版单位应主动更新发展观念

在新媒体时代背景下，要想实现出版编辑工作创新这一目标，并在此基础上实现我国出版业的长效发展，其中首要的一个路径就是出版单位应主动更新发展观念。对于出版编辑而言，作为整个出版流程中的核心，其相关观念会直接影响后续所有工作的开展，因此，在新媒体时代，根据时代变革对于行业发展的具体需求，结合行业发展实际，对出版编辑理念进行创新，并在此基础上对自身角色进行重新定位，才能为其创新打下坚实的基础。在这一过程中，首先，出版编辑相关工作人员应对传统理念进行更新。具体来讲，就是要求相关工作人员必须跳出传统的思维模式，将传统平面化思维方式转变为三维立体的全面思维方式，结合数字化出版中内容可复制性、服务可定制型以及作品表现形态多样性等特点，来树立一个新的出版编辑理念；其次，在具体的出版编辑工作过程中，相关工作人员应根据受众群体的具体要求，结合新的出版编辑理念，对出版物内容的内涵进行深度挖掘，并在实际的生产过程中将内容关键词检索、内容链接和推广等现代化功能融入其中，这样就可以更好地满足人们对于现代出版物的具体要求，对于促进行业创新与发展具有着非常积极的意义。

4. 2 对出版编辑产品形式进行创新

对出版编辑产品形式进行创新同样是实现其创新的一个重要路径。所谓“出版编辑产品形式创新”指的就是对出版物定位、内容、表现形式以及产品策划等相关进行创新。首先，是出版物定位创新。在新媒体时期，由于人们对于出版物的需求发生着巨大的变化，因此，出版编辑相关工作也要在编辑工作开始之前，对市场现状进行分析，同时结合当前用户的实际需求，对其出版物进行定位，然后结合出版物的具体定位完成后续相关工作；其次，对出版物内容进行创新。具体来讲，就是在实际的出版编辑过程中对出版物内容进行选择。在选择过程中，工作人员不仅需要对纸质媒体的固定内容进行更为优质的加工，还应将新媒体相关技术的应用其中，然后在此基础上对既有资源进行最大限度的开发，以满足人们对于出版物内容的具体要求；再次，是对其表现形式进行创新，简单来说，在出版物表现形式创新方面，应注重出版物表现形式的多元化和丰富性，并且还应打破传统纸质形式的桎梏，将数字化出作为其创新的重点，

这样也就可以更好地实现对于出版编辑的创新；最后，是产品策划创新。在进行产品策划创新过程中，出版编辑不仅要对出版物本身的内容和质量进行合理的策划，还应对产品的外延价值进行重视，同时在产品策划环节重点对其外延价值进行探讨，然后通过合理的策划呈现出一种具有丰富价值内涵的出版产品，只有这样才能更好地满足当前人们的多样化要求。

4.3 做好相应的资源整合工作

在新媒体时代，自媒体在较大程度上受到了人们的关注和认可，尤其是很多个人网络作品的涌现，使得出版主题也更倾向于单个个体，尽管这种形态给传统出版工作带来了一定的冲击，但是也为出版编辑带来了更多更为优质的资源。因此，在进行出版编辑创新工作过程中，做好相应的资源整合工作也同样是尤为重要的一个路径。在具体的工作过程中，首先，出版编辑应通过对互联网相关技术的应用对各类出版资源进行收集，同时相关出版策划工作人员应对出版物的主题、内容以及产品定位进行科学合理的策划；其次，结合产品策划的具体要求，出版编辑应重点对已经收集的出版资源进行整合，然后完成相应的编辑工作；最后，待出版编辑工作完成后，应重点对数字化以及网络化出版物进行生产，这样不仅可以缩短出版周期，还可以在短时间内获取一定的经济效益，对于实现出版企业的发展具有着非常积极的影响。需要注意的是，由于互联网传播速度以及发展速度相对较快，在出版编辑工作过程中，应紧扣新形势的变化与发展，只有这样，才能在真正意义上实现出版编辑相关工作的创新。

4.4 建立新型出版编辑队伍

工作人员是出版编辑工作创新的主体，在新媒体时代，要想将出版编辑创新工作落到实处，最为关键也是最为基础的一个路径就是建立新型的出版编辑队伍。在具体的工作过程中，首先，出版企业应选拔一批新媒体素养较强的编辑人员参与到具体的出版编辑工作过程中，通过壮大出版编辑队伍来实现传统出版编辑与新媒体编辑的有效融合，同时在此基础上实现对于传统出版编辑工作模式的创新；其次，企业应加大对于出版编辑新媒体素养的培养。通过开展相应的培训工作定期对编辑进行培养，可以在较大程度上转变出版编辑的理念，相应的，也就可以在后续工作中对出版编辑工作进行创新；最后，加大对于复合型出版编辑人才的培养工作。具体来讲，就是根据当前出版行业的发展现状，结合新媒体时代背景下出版行业对于编辑人才的具体要求，培养一批既具有知识的专业能力又具有一定市场营销能力的复合型编辑人才，然后以此为基础开展相应的出版编辑工作。需要注意的是，由于出版编辑本身就具有着极强的出版编辑能力，在进行复合型出版编辑人才培养过程中，应重点对其营销理念、营销策划能力、个性化服务以及营销模式应用等进行培养，只有这样，才能更好地帮助其把握市场需求动态，并在此基础上生产出更多更为优质的产品。

结语

综上所述，随着新媒体时代的到来，在带动新型产业发展以及带给人们生产生活诸多便利的同时，也给很多产业带来了巨大的冲击，其中最为明显的就是图书出版编辑行业。就传统的出版编辑行业而言，在新媒体时代，其所面对的就是受众群体减少、销售量持续走低等问题，严重地制约了这一行业的长效发展。出版编辑行业只有对当前存在着问题进行正确的认知，然后在此基础上提出相应的创新路径，才能更好地实现其在新媒体时代的长效可持续发展。媒

参考文献

[1] 李晓媚 . 新媒体时代图书出版编辑工作创新路径 [J]. 中国报业，2019（9）：102-103.

[2] 姚大彬 . 新媒体时代图书出版编辑工作创新路径思考 [J]. 传播力研究，2019，3（14）：156.

[3] 许雅莹，李长波 . 新媒体时代图书出版编辑工作创新对策 [J]. 科技风，2019（12）：233.

[4] 王赫男 . 新媒体时代图书出版编辑创新策略 [J]. 中国报业，2019（7）：98-99.

[5] 王盈 . 新媒体时代图书出版编辑工作创新路径思考 [J]. 传播力研究，2019，3（7）：129，131.

[6] 马静怡 . 新媒体时代图书编辑工作创新路径思考 [J]. 传播力研究，2018，2（6）：105-106.

[7] 孙迪 . 浅谈新媒体时代图书出版编辑工作创新路径 [J]. 文化创新比较研究，2017，1（15）：56，51.

[8] 王晓娜 . 新媒体时代图书出版编辑工作创新路径思考 [J]. 传播与版权，2017（4）：54-55.

（作者单位：内蒙古少年儿童出版社）